



УДК 070

**МЕДИАСЛОВО И МЕДИАТЕКСТ:
ВЗГЛЯД С ТЕОРИИ ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ****MEDIAWORD AND MEDIATEXT: A LOOK FROM THE LITERARY STUDIES
DOMAIN****Э.Г. Шестакова
E.G. Shestakova***E-mail: shestakova_eleonora@mail.ru*

Аннотация. В статье поднимается и обосновывается следующий актуальный вопрос. Превалирование в современном научно-исследовательском пространстве медиалингвистики в подходах к медиатексту без учета и развития подходов, методов других традиционных филологических наук, прежде всего, литературоведения, чревато несколькими серьезными проблемами. Во-первых, забвением целостной природы медиатекста, который не может быть исключен прежде всего из-за своего происхождения и развития из сферы действия словесности, а также того, что С. Аверинцев называет литературной коммуникацией. Во-вторых, тем, что литературоведение, не допускающее медиатекст в свой горизонт, обречено на обеднение задач, целей, своего современного состояния и перспектив развития, во многом на искусственное удерживание своих внешних, внутренних границ, объема в пределах, заданных и определяемых литературно-культурной традицией еще начала Нового времени.

Abstract. The article raises and substantiates the following urgent issue. The prevalence of Medialinguistics in the modern scientific research space in the approaches to the mediatext without taking into account the approaches and methods of other traditional philological sciences, first of all, Literary Studies, involves several serious problems. The first is the oblivion of the integral nature of mediatext which cannot be excluded, first of all, due to its origin, from the domain of Philology and also from what S. Averintsev calls literary communication. The second is the fact that Literary Studies which does not include mediatext into its domain is doomed to the impoverishment of tasks, aims, actual existence and perspectives of development to the artificial retention of its outer and inner borders within the limits determined by the literary cultural tradition of the beginning of the New Age.

Ключевые слова: медиалингвистика, литературоведение, слово, художественная литература, медиаслово, медиатекст, литературная коммуникация, массовая коммуникация.

Key words: Medialinguistics, Literary Studies, word, creative literature, mediaword, mediatext, literary communication, mass communication

На постсоветском научном пространстве в течение последних 15 лет сложилась и заняла лидирующие позиции медиалингвистика и предопределяемые ею подходы, цели, задачи, методы, ракурсы, границы, перспективы исследования медиатекста, медиадискурса, медиаслова, медиазнака. Как хорошо известно, произошло это под влиянием работ Т. Добросклонской и международного проекта «Медиалингвистика», организованного и активно, целенаправленно развивающегося усилиями Л. Дускаевой и санкт-петербургской научной школы. На сегодняшний день уже безусловно то, что разработки медиалингвистики актуальны для понимания, изучения медиатекста и даже шире – массмедийности, стоящей за ним, сфокусированной в нем, реализуемой и репрезентируемой им, проговаривающейся через него. Как безусловно и то, что медиатекст и массмедийность, ставшие предметом изучения языкознания, обогатили и изменили внешние и внутренние границы, семантический объем, основополагающие подходы этой классической «науки о естественном человеческом языке...».⁴⁴ Вполне уверенно можно говорить и о том, что медиалингвистика задала проблемное поле и выявила ряд серьезных концептуальных *проблемных ситуаций* (Ю. Степанов), которые еще длительное время будут определять актуальные направления и методологическую систему осмысления медиатекста и массмедийности.

Однако превалирование медиалингвистики в подходах к медиатексту – внутренне сложному, семантически объемному и неустранимо разнородному явлению – без учета и развития подходов, методов других филологических наук, прежде всего, литературоведения, чревато несколькими серьезными проблемами. Во-первых, забвением целостной природы медиатекста, который не может быть исключен – из-за своего происхождения и длительного этапа развития – из сферы действия словесности, а также того, что С. Аверинцев называл литературной коммуникацией. Медиатекст, в силу своей своеобразной природы и функций, не может не принадлежать и не развиваться в пространстве литературы – «...самозаконной формы человеческой деятельности, явно для себя

⁴⁴ Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 618.



противостоящей всему, что не есть она сама, например, стихийному экстастическому "вещанию" пророков, а также культу, обряду, быту и вообще "жизни"». ⁴⁵ Медиатекст, берущий истоки в публицистике, тоже как самозаконной форме человеческой социальной деятельности, одновременно оказывается и максимально развернутым к жизни и не тождественным, а все же противостоящим ей. Если сейчас не вдаваться в специфику разграничения С. Аверинцевым понятий *словесность* и *литература*, обоснованного им для восточной и греческой (европейской) культурной традиций, то необходимо отметить следующее. Медиатекст, как и любое проявление словесности, действительно, преднамеренно и последовательно реализуемой через слово, существует в «...особом, опосредованном, объективированном типе коммуникации-через-литературу, сознательно отделенной от жизненного общения». ⁴⁶ Хотя в отличие от собственно художественно-литературного текста медиатекст специфически отделен от стихии жизненного общения, но эта всегда присутствующая отдаленность и нетождественность живому общению и дают основания относить его к сфере действия законов, норм словесно-культурного пространства и процесса. Если в современной гуманитаристике допустить преобладание лингвоцентричного подхода к медиатексту, то он окажется обедненным, в первую очередь, с точки зрения полноты, системности и последовательности его видения, осмысления и изучения. Многие аспекты, методы, подходы, наработанные тысячелетними традициями литературоведения и не примененные к медиатексту, сузят и выхолостят представление о нем, его сущности, задачах, целях, функциях, поэтике, риторике, особенностях развития. Медиатекст и в плане синхронии, и в плане диахронии окажется изолированным от развития словесно-культурного процесса, который немислим, особенно в Новое время, без того, что еще в XIX в. получило определение *поле журнализма*. Словесность массовой коммуникации, ее активное и разнонаправленное развитие, влияние на художественную литературу дают все основания для активизации литературоведческих подходов.

Во-вторых, литературоведение, не допускающее целостность медиатекста в свой горизонт, обречено на обеднение своих задач, целей, перспектив развития, во многом на искусственное и неоправданное удерживание своих внешних, внутренних границ, объема в пределах, заданных, определяемых, прежде всего, классической литературно-культурной традицией. Естественно, что перед литературоведением, в равной степени как и перед медиалингвистикой, вполне закономерно, постоянно активизируются вопросы, обусловленные сложной, разнородной, ансамблевой по своей сути природой медиатекста. Однако ансамблевая (вербально-аудио-визуальная), полиинтенциональная природа медиатекста не может быть основой для исключения его из сферы действия литературоведения, которое, подобно лингвистике, давно и вполне успешно выработало эффективную методологию исследования различных типов текстов, которые не всегда укладываются в однозначно-вербальную систему существования. Так, художественная литература и литературная критика, риторика еще со времен Барокко знает и работает с визуальными экспериментами, а теория литературы с эпохи Античности включила в свою систему драматическое искусство. В XX ст. школы и представители структурно-семиотических подходов разработали инструментарий и методологическую базу для исследований текстов различного рода сложности и природы. Давно осуществляется усилиями литературоведения анализ явно пограничных явлений, например, рекламных текстов, кино- и телетекстов, мультипликационных текстов.

Отталкиваясь от такой логики рассуждений, необходимо в очередной раз поднимать вопрос об актуальности целенаправленного, системного исследования медиатекста и медиаслова с позиции литературоведения. Отчасти это было сделано в ряде моих работ ⁴⁷, но по-прежнему остаются нерешенные проблемы. В связи с этим в рамках данной статьи перспективно рассмотреть традиционный для литературоведения вопрос о статусе слова в изначально субстанциально различных типах словесности: художественной литературы и массовой коммуникации. Понятно, что речь должна идти об основах дифференциации и специфике существования слова художественной

⁴⁵ Аверинцев С.С. Риторика и история европейской литературной традиции. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. – С.15.

⁴⁶ Аверинцев С.С. Риторика и история европейской литературной традиции. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. – С.22.

⁴⁷ Шестакова Э.Г. Теоретические аспекты соотношения текстов художественной литературы и массовой коммуникации: специфика эстетической реальности словесности Нового времени. – Донецк: НОРД-ПРЕСС, 2005; Шестакова Э.Г. О специфике целостности новоевропейской словесности. // Автор как проблема теоретической и исторической поэтики. В 2-х частях. – Минск: РИВШ, 2007. – Ч.1. – С.4 – 12; Шестакова Э.Г. Дихотомія художня / не-художня словесність у контексті літературознавчих пошуків другої половини XX сторіччя // «Studia methodologica». – Тернопіль, 2008. – Вип. 24. – С. 138 – 144; Шестакова Э.Г. Мас-медійний тип словесності як предмет теорії літератури // Філологічні семінари. Вип. 11: Теорія літератури у вищій школі. – К., 2008. – С.84 – 90; Шестакова Э.Г. Жанр текста массовой коммуникации как проблема теории словесности // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. Журнал теоретических и прикладных исследований. – 2013. – №23. – С.37 – 52; Шестакова Э.Г. Интермедальность: мягкая «экспансия» художественности в словесность массовой коммуникации // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. Журнал теоретических и прикладных исследований. – 2013. – №25. – С.232 – 247.



литературы и медиаслова, которое живет и функционирует в медиатексте. Взгляд на эту проблему с территории литературоведения позволит уловить и проанализировать проблему под углом зрения, не доступным подходам и методам языкознания, в том числе и медиалингвистике, однако необходимым для уразумения целостной природы, специфики зарождения, бытования медиаслова, медиатекста. Такой подход важен и для осмысления изменений, происходящих с литературоведением под влиянием на него относительно нового типа словесности, которую определяют как журнальную, и шире – словесность массовой коммуникации. Это с одной стороны. С другой стороны, литературоведческие подходы позволяют посмотреть на то, *как, что и почему* изменяется в медиатексте, медиаслове, которые проходят быстрое развитие. Медиатекст, если посмотреть на его историю, стремительно эволюционировал от вербального типа к ансамблевому. Происходит все это на фоне расширения феномена литературы в Новое и особенно новейшее время. Это актуальная и объективная проблема распада предыдущей системы жанров, стилей, особенностей поэтики и становления того, что обозначают как ансамбль текстов новой словесной культуры. Я. Мукаржовский, Ж. Полан, М. Бланшо, У. Тодд, Ж. Женетт, А. Компаньон, Р. Нич, М. Бахтин, Ю. Лотман, Д. Лихачев, В. Тюпа, И. Силантьев, затрагивая вопрос о специфике словесности Нового времени, отмечают следующее. В ней состоялись, во-первых, размежевание таких значащих для определения сущности литературы понятий, как *художественность* и *литературность*, во-вторых, постоянная и последовательная проблематизация понятия *художественная литература*, в-третьих, становление и развитие корпуса не-художественной словесности, среди которого, безусловно, доминирует словесность массовой коммуникации. Литературоведами постоянно подчеркивается и мотивируется рядом примеров подвижный, крайне относительный и специфический характер границы между художественным и не-художественным типами литературы. Особо отмечается, что в Новое и новейшее время «существование художественных текстов подразумевает одновременное наличие нехудожественных и то, что коллектив, который ими пользуется, умеет проводить различие между ними».⁴⁸

Медиатекст в этом процессе играет одну из определяющих ролей, обнаруживая для коллектива читателей, реципиентов подвижность, условность и даже обманчивость границ художественного/не-художественного, эстетического/не-эстетического, литературного/не-литературного. К концу XX ст. литературность, принцип функциональности все больше формализуются, не допуская на смысловом и эстетическом уровнях возможность сущностного разграничения многих явлений словесности. А. Компаньон с иронией, но вполне справедливо отметит: «реклама – это верх литературности, что как-то не очень нас устраивает».⁴⁹ И даже в менее пограничных и провокационных с точки зрения литературности и литературной коммуникации, нежели реклама, медиатекстах, можно проследить сильный момент нивелирования границы между художественным и не-художественным типом словесности. Иногда сложно с этой позиции определить как однозначно не-художественный, не-литературный текст, например, инструкцию об использовании предметов женской гигиены – один из ведущих жанров популярной медицинско-просветительской литературы в женских журналах, не говоря о рекламных роликах, которые могут быть представлены и в виде мультфильмов. Аналогично дело обстоит с очерком: наука о журналистике традиционно относит его к художественно-публицистическим, а литературоведение определяет его как «нехудожественный», который в поворотные моменты литературного развития оказывается ведущим художественным жанром».⁵⁰ Более сложные примеры. Сюжетно-образный, откровенно, последовательно, целенаправленно эксплуатирующий художественность текст рекламы туши для век, помады в женском журнале, пива или лекарственных препаратов, которые размещаются на бигборде, в телепространстве – разновидности медиатекста, которые для осмысления и исследования основ, закономерностей функционирования необходимо рассматривать с позиции литературоведения. Оно, привыкшее работать с категориями слова, жанра, знака, художественности, литературности, эстетического в их взаимопроникновении, целостности, способно дать ту понятийно-категориальную и методологическую систему координат, которая позволит рассматривать медиатекст и медиаслово, например, подобно музыкальному в литературе.⁵¹ Без учета системы представлений и методов литературоведения невозможно проанализировать реальное шоу – разновидность медиатекста, апеллирующая к документалистике и театральной культуре. Как невозможно понять сущность, функции, цели, жанровую специфику, скажем, размышлений о наболевшем, о современности – активно используемая жанровая разновидность пиар-текста в предвыборных кампаниях. Даже в жанре новости, который в последнее время активно

⁴⁸ Лотман. Ю.М. О содержании и структуре понятия "художественная литература" // Проблемы поэтики и истории литературы. – Саранск, 1973. – С.21.

⁴⁹ Компаньон А. Демон теории. Литература и здравый смысл: Пер. с фр. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2001. – С.50.

⁵⁰ Лотман. Ю.М. О содержании и структуре понятия "художественная литература" // Проблемы поэтики и истории литературы. – Саранск, 1973. – С.21.

⁵¹ Музыкальное в литературе. // Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий. – М.: Изд-во Кулагиной; Intrada, 2008. – С.131 – 134.



развивается в новых медиа, нельзя не учитывать расширяющий и внутренне трансформирующий их концептуально новый компонент. Он специально играет с границей художественности/нехудожественности. Речь идет о недавно вошедшем в моду включении в текст информационного сообщения подходящих по смыслу и тональности фрагментов популярных спектаклей, фильмов, мультфильмов, клипов и т. д.

С такой точки зрения медиатекст и медиаслово, которые зачастую используют весь спектр возможностей, открытий, смысловых и психологических нюансов художественного, эстетического и *казалось бы* почти от них не отличаются, нуждаются в исследовании с позиции литературоведения. Одной из фундаментальных проблем оказывается проблема слова и изначально неразрывно внутренне сопряженная с нею проблема литература/действительность – одновременно древние и вечно актуальные. Они во многом являются основополагающими для прояснения сущности как *живой жизни* и создания, воплощения ее иллюзии, так и способов, методов, тенденций ее (жизни) уловления, преобразования, постижения в слове и образе. При этом медиаслово уже в XVII ст. постепенно стало осознаться и закрепляться как принципиально иное по отношению к господствующему художественному слову и развивающимся нехудожественным типам словесности. Художественноцентричное литературное пространство нацелено на слово-Логос, в центре другого, появившегося и укрепившегося массмедийностью, – История, Повседневность и Факт. Это тот аспект медиатекста и медиаслова, который доступен исследованию с позиции теории литературы, изначально ориентированной на проблемы взаимодействия слова, образа, действительности, т.е. проблемы мимесиса – «...такого изображения различных вещей, явлений и действительности в целом, которое – в отличие от простого копирования – воспроизводит прежде всего внутренние закономерности ("эйдос", т.е. порождающую модель или первообраз) своего предмета и уже в результате этого воссоздает его внешний облик».⁵² Медиатекст и медиаслово, несмотря на постулируемую для них необходимость объективного отображения фактов и событий действительности, не есть копия действительности, а только подражание ей, попытка уловить и отобразить нормы, модели, закономерности бытия профанной, повседневной действительности. В этом плане медиатекст и медиаслово необходимо анализировать проблемами мимесиса, но вопрос в следующем. Под каким углом зрения и в каком направлении это делать, чтобы не допустить ни вульгаризации, ни отдаления, ни разрушения самой смысловой основы и традиции осмысления категории мимесиса, ни выхолостить, ни уничтожить, ни упростить, ни искусственно усложнить сущность медиатекста и медиаслова.

Слово массовой коммуникации (медиаслово), исподволь, но уверенно становясь особой сферой бытия культуры, ценностно значимым способом коммуникации-через-словесность, в силу своей природы, функциональной предназначенности, обнаруживает и упрочивает то, что можно, если воспользоваться идеей А. Лосева, определить так: «абсолютизацию социального инобытия, данного притом для себя, то есть самоощущительно».⁵³ При этом кардинальные изменения в образе мира и человека, концепции социума, порожденные Новым временем, не могли не отразиться в сфере эстетического, которое свойственно не только художественному типу словесности и не тождественно исключительно прекрасному. В эстетическом существенным моментом выступает чувственное восприятие, которое присуще медиатекстам. Как отмечает А. Лосев, при разговоре об эстетическом крайне важно помнить, что эстетическое необходимо понимать как «внутреннюю жизнь предмета, которая обязательно дана и внешне», «открывается бескорыстному любованию и обладает созерцательной ценностью».⁵⁴ Это тот аспект эстетического, который одновременно близок и проблеме мимесиса, и который принципиально невозможно исключить из сферы действия медиатекстов, как невозможно его увидеть и осмыслить с позиции медиалингвистики, зато можно понять с точки зрения теории литературы.

Если первичное логоцентричное слово – обычно и привычно для литературной коммуникации, то историоцентричное слово (каковым, в силу своего происхождения и предназначения, является медиаслово) – это относительно новое и своеобразное явление коммуникации-через-литературу (С. Аверинцев). Его официальная, легитимная фиксация в словесно-культурном пространстве и процессе произойдет относительно поздно. Но, и это главное, оно изначально будет восприниматься как иное по отношению к художественному слову. Однако медиаслово, медиатекст уверенно заняли прочную и значимую позицию не только в культуре, но и словесности, где длительное время центрирующим выступало художественное слово. В качестве примера достаточно вспомнить то, что по этому поводу писал И. Киреевский: «В наше время изящную словесность заменила словесность журнальная. <...> И не надобно думать, чтобы журнализм принадлежал одним периодическим изданиям: он распространяется на все формы словесности, с весьма немноги-

⁵² Мимесис. // Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий. – М.: Изд-во Кулагиной; Intrada, 2008. – С.122.

⁵³ Лосев А.Ф. Эллинистически-римская эстетика I – II вв. н.э. – М.: МГУ, 1979. – С.70.

⁵⁴ Лосев А.Ф. История античной эстетики. Итоги тысячелетнего развития: В 2 кн. – М.: Искусство, 1992. – Кн. 1, С.311.



ми исключениями».⁵⁵ Преодоление литературой привычной границы художественности, а также повышенная заинтересованность в натурализме, бытовом, физиологическом очерке, газетности приведет, в частности, к тому, что «вторая половина XIX в. останется в литературе эпохой «безраздельного господства журнализма» и развитием «служилого слова»⁵⁶, как это четко определил И. Анненский. Постепенно медиаслово и создаваемое, задаваемое им семантическое пространство превратятся в один из определяющих предметов актуальных дискуссий о современном состоянии культурного сознания подобно тому, как в классическом культурном пространстве определяющим в этом процессе было логоцентричное слово художественной литературы.

В начале XXI ст., подводя итоги существования этих проблем, Т. Касаткина в статье «Слово, творящее реальность, и категория художественности» напишет: «От того, как понимается слово, вообще многое зависит в жизни и в деятельности человека. Недаром слово, его осмысление, оказалось в центре внимания практически всех крупнейших философов XX века – неважно, придавали ли они своим системам вид трактатов, литературоведческих или лингвистических штудий или художественных произведений».⁵⁷ Это обусловлено изначально онтологической и креативной природой слова, его стремлением и предназначением – творить мир, который «может быть постигнут только в процессе его создания»⁵⁸, только в результате диалога автора и читателя, только в сознательном и добровольном отказе каждого из них от довлеющей, приоритетной позиции. О таком слове в начале XX в. русский поэт Н. Гумилев скажет:

В оный день, когда над миром новым
Бог склонял лицо свое, тогда
Солнце останавливали словом,
Словом разрушали города.
...
Мы ему поставили пределом
Скудные пределы естества,
И, как пчелы в улье опустелом,
Дурно пахнут мертвые слова⁵⁹.

Вот здесь возникает концептуальный вопрос: обладает ли медиаслово – репрезентант *скудных пределов естества*, как и слово художественное, онтологической и креативной природой, силой? Может и должно ли медиаслово, конвенциональное по своей сути, рассчитывать на ответ и отклик, как слово художественное? Что это за ответ и отклик, которые порождает медиаслово, если их не сводить к пропагандисткой, утилитарной функциям, праймингу? Почему разные виды и жанры медиатекста все активнее используют художественно-литературную форму, эксплуатируют ее различные содержательные элементы? Что, почему и с какими целями столь настоятельно хотят взять медиаслово и медиатекст из художественно-литературного пространства? Это в полной мере невозможно понять с точки зрения медиалингвистики, но вполне доступно для осмысления с позиции литературоведения, которое, по мысли А. Михайлова, обращено к *поворотным событиям* в истории слова. К этим поворотным событиям относится, например, Ренессанс, Реформация, которые дают такие мировоззренческие импульсы, по сути проникающие в толщу культуры и начинающие там обнаруживать свое присутствие только через столетия. Вопрос снова в том, насколько, каким образом медиаслово и медиатекст включены в этот словесно-культурный процесс.

В самом конце XX ст. украинская поэтесса Л. Костенко поддержит и разовьет мысль о сложной, неоднозначной природе слова, о его особой роли в жизни простого человека, в основаниях культуры как *способности человека придавать смысл своим действиям* (А. Гуревич). Стихотворение «Страшні слова, коли вони мовчать...» – своеобразное продолжение, или, точнее сказать, ответ и отклик (если учитывать *резонантный характер литературы* (В. Топоров)) на гумилевское Слово, вопреки всему живущее и творящее. Но это ситуация рубежа наших столетий, когда уже нет и не может быть четкого, осознаваемого раздела, границы между творцом и человеком, когда идет игра словами и через слова, вплоть до создания симулякров реальности. Слово все больше становится территорией безответственной игры. Это ситуация, когда каждый человек, постоянно выбирая слово, выбирает себя – творца или обывателя; того, кто помнит тайну слова, обладающего онтологически-креативной силой, или же того, кто навсегда утратил чуткость к слову,

⁵⁵ Киреевский И.В. Полное собрание сочинений. – М., 1911. – Т.1, С.122.

⁵⁶ Анненский И. Книги отражений. – М.: Наука, 1979. – С.26.

⁵⁷ Касаткина Т.А. Слово, творящее реальность, и категория художественности // Литературоведение как проблема. – М.: Наследие, 2001. – С. 303.

⁵⁸ Касаткина Т.А. Слово, творящее реальность, и категория художественности // Литературоведение как проблема. – М.: Наследие, 2001. – С. 304.

⁵⁹ Гумилев Н.С. Стихи; Письма о русской поэзии. – М.: Худож. лит., 1990. – С. 260-261



безвозвратно погрузился в дурную повторяемость суетных слов. Слова требуют чуткости, ответственности, обнажая экзистенциально напряженную ситуацию,

коли вони зненацька причаїлись,

коли не знаєш, з чого їх почать,

бо всі слова були уже чиймись.

Хтось ними плакав, мучився, болів,

із них почав і ними ж і завершив.

Людей мільярди, і мільярди слів,

а ти їх маєш вимовити вперше!⁶⁰

Историо-, фактоцентричное, социально заданное, определенное, ограниченное медиаслово не способно, из-за своей принципиальной конвенциональности, почувствовать и воплотить в личности и через личность *единство ответственности* (М. Бахтин). Более того, это слово *внеличностно* и *внеответственно* по своей сущности, так как исходит от человека, подвластно и определяется только им, задано сугубо историческими, современными представлениями, возможностями и перспективами. Это историо-, фактоцентричное слово монологично и не свободно по своей сущности. Оно не может быть даровано, не может явиться как подлинное откровение, а лишь социально ответственно выбрано (и этим действительно ценно) среди миллиарда уже существующих общепринятых, общепризнанных в своей повторяемости слов. Оно всегда уже чье-то, и в силу этого всегда чужое и чуждое личности. Но для историо-, фактоцентричного слова это не является проблемой. Это проблема для словесности и культуры новейшего времени, которые к рубежу XX – XXI в. все чаще, настойчивее и болезненнее начинают осознавать себя, создаваемыми медиасферой и раздираемыми *войной языков* (Р. Барт).

Кроме того, уже не вызывает вопросов или же этической, аксиологической настороженности, когнитивного напряжения мысль о дальнейшем дроблении и автономизации сущности слова в культуре, когда доподлинно известно, что «любой политический режим располагает своим собственным письмом, чью историю еще предстоит написать».⁶¹ Слово как орган мысли и неперемное условие понимания мира и себя, как хранитель бытия, и слово как репрезентант истории, власти, социально-политического режима и умонастроения в культурной ситуации второй пол. XX ст., а затем рубежа веков даже не сталкиваются, не вступают в антитетичные отношения, как это можно было бы предположить, с классической точки зрения. Они просто сосуществуют, вопреки всему постоянно взывая к чуткости, человечности самого человека, его желанию и стремлению воспринять слово как *проверку способности на поступок* (П. Рикер). Медиаслово упрочивает свои позиции, создавая собственные (по отношению к художественному слову) специфические отношения с действительностью. Изменившийся жизненный мир личности рубежа XX – XXI ст. становится взаимосвязанным и взаимозависимым от бытия слова. Эти процессы изменяют человеческую природу самопонимания. Как пишет Ю. Хабермас, они затрагивают и «интуитивные самоописания, на основании которых мы идентифицируем себя в *качестве людей*» (курсив автора. – Э.Ш.).⁶² Это отображается в слове и стоящей, сотворенной или же обнаруженной, открытой им реальности, чего уже нельзя не учитывать. В субстанциальных свойствах медиаслова изначально и имманентно заложена и быстро развивается потребность в знаково-графической, аудиальной представленности, нелинейности существования смысла. Как справедливо отмечает О. Дедова, в конце XX в. «электронный гипертекст с его фрагментарностью, вариативностью, непредсказуемостью, неоднородностью стал инструментом, чрезвычайно созвучным эпохе, современной ментальности».⁶³ Проблема существования слова и текста массовой коммуникации выходит на новый уровень, требуя иных, нежели выработанные, определенные классическим типом сознания и традиционным литературоведением, методологических основ. Один из ведущих вопросов – это вопрос о своеобразии словесности массовой коммуникации, которая уже во второй половине XX ст. сформировала тотальное поле журнализма.

⁶⁰ Українське слово. Хрестоматія української літератури та літературної критики XX ст.: У 3 кн. – К: Рось, 1994. – Кн. 3. – С.204.

⁶¹ Барт Р. Нулевая степень письма: Пер. с. фр. // Семиотика. – М.: Прогресс, 1983. – С.317

⁶² Хабермас Ю. Будущее человеческой природы: Пер. с. нем. – М.: Изд-во «Весь Мир», 2002. – С.52.

⁶³ Дедова О.В. Графическая неоднородность как категория гипертекста // Вестник Московского университета. Серия 9 Филология. – 2002 – № 6. – С.91.